

УДК 303.622.33/22+316.752:303.423

DOI: <http://dx.doi.org/10.17721/2413-7979/8.8>Л. Юзва, канд. соціол. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ

СПЕЦИФІКА ВИКОРИСТАННЯ КОМБІНОВАНОЇ РЕФЛЕКСИВНОЇ МЕТОДИКИ ДЛЯ ВИВЧЕННЯ ГРУПИ НАЦІОНАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ

В епоху постмодернізму особливої ваги набувають певні групи цінностей. В Україні до такої групи належать національно-культурні цінності. Проблематика цінностей у соціологічному полі повсякчас актуальна. У запропонованому дослідженні обґрунтовано застосування рефлексивної методики для вивчення групи національних цінностей (за Р. Коулзом) належить до методу "вимірювання" цінностей, що базується на процедурі "стандартизованого вимірювання", а друга – орієнтована на виявлення цінностей. На основі рефлексивної частини методики в досліджуваних представників української молоді виявлено характерні риси постмодернізму: невизначеність, культ незрозумілого, фрагментаризація, гра мови, змішування жанрів, мода як код культури, приналежність до визначеної соціальної групи, політична незаангажованість, самовираження, апеляція до релігійної свідомості, екзистенціальні мотиви, різні способи самозахисту, ігрова розкутість, неупередженість, відкритість. Зазначено, що на даному історичному етапі американські та українські національно-культурні цінності перебувають не в контрастивних, а у взаємозіставних відносинах, що свідчить про глобалізацію культур і процес переорієнтування стереотипів, настанов, норм і еталонів. Комбінована рефлексивна методика дозволяє не лише виміряти цінності групи та виконувати на основі отриманих даних додатковий аналіз, але й виявляти релевантні цінності, як загальнолюдські, так і суто національні, а також порівнювати групи цінностей представників різних поколінь.

Ключові слова: цінності, виявлення цінностей, вимірювання цінностей, національно-культурні цінності, рефлексивні методики.

Теперішня молодь звикла до розкошів,
вона відрізняється поганими манерами, зневажає авторитети,
не поважає старших. Діти сперечаються з батьками,
з жадобою ковтають їжу та змучують учителів.
Сократ

В епоху постмодернізму сучасний соціум переживає найрізноманітніші трансформації. Трансформаційний процес торкається і царини цінностей¹. Найвідчутніше змінюються ціннісні орієнтації молоді як найбільш чутливої та динамічної суспільної групи. Загалом ціннісні орієнтації в різні епохи й у різноманітних суб'єктів діяльності зумовлюються традиціями, що склалися, соціальними умовами та власним вибором: орієнтації на себе, на суспільство й на потойбічний світ [Горлач, 2000: с. 558]. Наразі в сучасній Україні можна зазначити більшість тенденцій, характерних для цивілізації дозвілля, яка, у свою чергу, характеризується тим, що перехід до постіндустріального суспільства супроводжується якісними зрушеннями в потребах, цінностях і мотиваціях соціальної поведінки, що відображають економічні, технологічні й комунікаційні зміни в соціальному житті суспільства. Ідеться про пріоритет таких цінностей, як автономність і самовираження особистості, вільний час і дозвілля, приватне життя. Така ціннісна переорієнтація відображає тенденцію² переходу прагнень людей зі сфери володіння (мати) у сферу самовираження (бути) [Воронкова, 2004: с. 445]. Утім, повертаючись на глобальніший щабель царини цінностей,

варто сказати, що серед усіх ієрархій цінностей³ виділяють ті, які є загальнолюдськими, або глобальними, тобто такими, що притаманні максимальній кількості людей, наприклад *воля, праця, творчість, гуманізм, солідарність, людинолюбство, родина, нація, народ, діти* тощо [Головатий, 1999: с. 72]. Однак є групи цінностей, які набувають для певних держав в епоху постмодернізму особливої ваги. Для України сьогодення такою групою є національно-культурні цінності⁴. Адже розвиток держави залежить саме від духовних національно-культурних цінностей. Отже, актуальними є дослідження цінностей, що підтверджуються великою кількістю теоретичних публікацій⁵ з тематики цінностей, проведенням конференцій з базовим концептом "цінності" та емпіричними дослідженнями.

Здається, що даних із тематики цінностей⁶ наразі не бракує як у вітчизняному, так і в зарубіжному науковому просторі. Інша справа, коли йдеться про ту чи іншу групу цінностей. У даному випадку можна спостерігати певні прогалини. Однак це теж не становить значної проблеми

¹ У статті поняття "цінність" та "ціннісна орієнтація" уживаються як синонімічні.

² Особливості цієї тенденції такі:

Комп'ютерно-інформаційна революція змінює структуру зайнятості й характер праці, концентруючи переважну частину економічного життя у сфері послуг (третинний сектор); відбувається зростання нового середнього класу.

Зростає значення сфер життя, далеких від праці; праця, робота перестають відігравати значну роль у житті людей. Рух соціуму в напрямі суспільства споживання супроводжується зростанням пріоритету **свободи споживання**. Сенс життя – "супермаркет": комфортний будинок, побутова техніка, авто. Культурним обґрунтуванням капіталізму стає **гедонізм**.

Змінюється еталонний тип особистості: еталомом стає "людина, що грає", вільна від диктату праці, шаблонів поведінки та споживання. На зміну уніфікації, масовізації приходить індивідуальний підхід до організації життя людини.

³ Сьогодні можна зустріти ієрархії, що налічують понад 400 цінностей [<http://www.stevpavlina.com/articles/list-of-values.html>].

⁴ Проблеми цінностей у вітчизняній і зарубіжній науковій літературі приділялася значна увага. У цьому напрямі можна виділити роботи І. Канта, В. Віндельбанда, М. Вебера, Т. Парсонса, В. Томаса і Ф. Знанецького, К. Клакхона та ін. Серед вітчизняних учених цим питанням займалися О. Г. Дробницький, А. Г. Здравомислов, М. С. Каган, В. П. Тугарінов та ін. Теоретично й методологічна база, яка стосується національно-культурних цінностей та орієнтацій молоді, дещо менша. Висвітленням проблем цінностей молоді займалися вітчизняні й зарубіжні філософи, соціологи, культурологи. Серед них К. Келлі, А. Коен, М. Мід, Т. Парсонс, Л. Фейер, В. Васильєв, С. Н. Іконнікова, В. Т. Лісовський, М. М. Топалов, В. Чупров і багато інших.

⁵ Наприклад, на сайті журналу "Социология: теория, методы, маркетинг" містяться 5902 публікації, присвячені концепту "Цінності". <http://ecsocman.hse.ru/search/index.html?words=%D1%86%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D0%BE%D1%81%D1%82%D0%B8&submit=%D0%98%D1%81%D0%BA%D0%B0%D1%82%D1%8C>

⁶ А особливо цінностей такої групи як молодь.

для царини наукового знання. Вагомішою тут є проблематика використання методичного інструменту для виявлення й дослідження цінностей тих чи інших суспільних груп. Наразі провідні фахівці зазначають кризу в опитувальних методах [Паніотто, 2012]. Однак, незважаючи на це, нині й надалі найпоширенішим методом у вивченні цінностей і ціннісних орієнтацій населення лишається опитування зі стандартним інструментарієм, який, у свою чергу, містить класичний набір запитань.

У сучасній літературі зустрічається чимало звернень до "класичних" у соціології методик вимірювання цінностей, таких як методики Шварца або Рокіча, або порівняльні описи отриманих на їх підставі результатів локальних досліджень із результатами таких великих проєктів як European Social Survey (ESS). Подібний опис пропонує, наприклад, у своїй публікації О. С. Грязнова [Грязнова О. С., 2011]. Детальний огляд значної кількості різноманітних методів і методик вивчення й дослідження цінностей наводить Т. В. Ємельяненко [Ємельяненко, 1997]. Автор здійснює досить детальний аналіз методів, які застосовуються у крос-культурних дослідженнях цінностей. Також на прикладі конкретних методик розглядаються три проблеми, пов'язані з вивченням цінностей у представників різних культур: пошук основи для порівняння, вибір методу дослідження й адекватне передання смислу [Ємельяненко, 1997]. Неточності в публікації Т. В. Ємельяненко були проаналізовані й доповнені Ю. Н. Толстовою [Толстова, 1997]. Таким чином, ці дві статті склали систематичний огляд великої бази методичних розробок для дослідження цінностей. Інший автор, О. Е. Гегер, у своїй публікації¹ пропонує рефлексивну методику як основний інструмент вивчення релевантних цінностей і наводить результати її апробації для групи молоді [Гегер, 2010]. Автор дає базову інформацію щодо специфіки двох різних підходів, узагальнюючи інформацію про методики вивчення цінностей до вивчення цінностей у цілому. Суперечливим у публікації автора лишається момент, пов'язаний з одноосібним авторством рефлексивної методики у вивченні цінностей як такої, яке він віддає Г. І. Саганенку [Гегер, 2010: с. 134]. Однак варто зауважити, що публікації Г. І. Саганенка з викладом основ даної методики датуються 2004–2005 рр., тоді як ще у 2002 р. іншим автором, а саме І. В. Приваловою, було застосовано методику, яка включала рефлексивну частину для вивчення національних "наборів" культурних цінностей [Привалова, 2005]². Вона, у свою чергу, спирається на праці Р. Коулза [Kohls, 1994: р. 2–17], оскільки саме в них розроблено перелік національно-культурних цінностей, який використано надалі як складову методики вивчення цінностей на основі крос-культурного аспекту.

Таким чином, здається своєрідною необхідністю постановка питань застосування "нових" методик (видів інструменту) для вивчення цінностей, їхньої обґрунтованості, валідності результату, отриманого за допомогою їх використання перед науковою спільнотою.

Метою даної публікації є обґрунтування застосування рефлексивної методики для вивчення групи національних цінностей. Її реалізація включає низку необхідних кроків-завдань: 1) дати чітке визначення методологічного підходу, який застосовується при використанні даної методики; 2) окреслити специфіку методу, у

межах якого застосовується рефлексивна методика; 3) описати особливості методики з оглядом специфіки інструменту; 4) проілюструвати результати апробації методики в групах студентської молоді.

Статус методики. Ґрунтуючись на роботах О. Е. Гегера, виділяють два основні підходи при дослідженні цінностей: метод вимірювання цінностей і метод виявлення цінностей [А. Э. Гегер, 2010: с. 133]³. Методика, запропонована І. В. Приваловою, комбінована. Перша її складова у вигляді заданого списку цінностей (за Р. Коулзом) належить до методу вимірювання цінностей, який базується на процедурі стандартизованого вимірювання. Вимірювання цінностей є жорсткою стандартизованою методикою і належить до кількісної парадигми, цим і обумовлюються її основні особливості та специфіка.

Друга частина⁴ методики І. В. Привалової орієнтована на виявлення цінностей і змішану стратегію, що використовує в органічній єдності якісний і кількісний підходи, включаючи актуалізацію й текстову фіксацію особливостей уявлень людей (рефлексію) та одночасно дозволяє отримати статистичну інформацію, яка забезпечує дослідника базою для надійних висновків і порівнянь [Гегер, 2010: с. 134]. Як і в методиці, запропонованій Г. І. Саганенком, у методиці І. В. Привалової використовується рефлексивна методика відкритих запитань з використанням не окремих запитань, а системної методики відкритих запитань, у якій застосовуються кореспондуючі запитання й завдання, що вимагають (пропонують) дати текстові презентації національних (залежно від належності до певної вікової когорти) колізій.

Для аналізу первинної інформації використовувалось кілька комп'ютерних програм, а також дослідницьке кодування. Перша складова (кількісна парадигма) опрацьовувалась за допомогою SPSS. Друга складова була опрацьована вручну на основі методу аналітичного групування (що ґрунтується на класифікаційній техніці й подальшому статистичному аналізу).

Опис методики. Інструментарій. Перше питання методики містить стандартизований список цінностей, які належать до групи національних, запропонований ще у 1994 р. Р. Коулзом, про що зазначалося вище (див. Анкету нижче). Єдине "пом'якшення", не характерне для подібних стандартизованих методик, полягає в тому, що в даному випадку не задається обмеження на кількість виборів. Це збільшує чутливість методики.

¹ Майже тотожний зміст представлено ще в одній публікації у співавторстві [Г. І. Саганенко, 2011].

² Щоправда, видання з представленими результатами датується 2005 роком.

³ У публікації детально викладено опис усіх особливостей обох типів.

⁴ Частини – умовний поділ, оскільки перша представлена одним запитанням з набором із 19 цінностей, а друга – чотирма відкритими запитаннями, тобто вони дещо різнонаповнені.

АНКЕТА

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІОЛОГІЇ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ПРОВОДИТЬ ДОСЛІДЖЕННЯ КУЛЬТУРНО-НАЦІОНАЛЬНИХ ЦІННОСТЕЙ. ОПИТУВАННЯ ПРОВОДИТЬСЯ АБСОЛЮТНО АНОНІМНО. РЕЗУЛЬТАТИ БУДУТЬ АНАЛІЗУВАТИСЬ В УЗАГАЛЬНЕНОМУ ВИГЛЯДІ. ПРОСИМО ВАС БУТИ УВАЖНИМИ І ДАТИ ВІДПОВІДЬ НА КОЖНЕ ЗАПИТАННЯ. ВАШІ ВІДПОВІДІ НАДЗВИЧАЙНО ВАЖЛИВІ ДЛЯ ДОСЛІДЖЕННЯ! ДЯКУЄМО ВАМ ЗА УЧАСТЬ У ОПИТУВАННІ!

I. Зазначте, будь ласка, перераховані нижче назви духовних цінностей, які, на ваш погляд, є типовими для української культури: (поставте позначку у квадраті навпроти тих варіантів, які обираєте)

- | | | |
|---|--------------------------|-----|
| 1. Колективізм | <input type="checkbox"/> | 1. |
| 2. Мобільність, прагнення до змін у пошуках кращого | <input type="checkbox"/> | 2. |
| 3. Залежність від громадської думки | <input type="checkbox"/> | 3. |
| 4. Прагнення володіти ситуацією, життя під контролем | <input type="checkbox"/> | 4. |
| 5. Індивідуалізм і незалежність | <input type="checkbox"/> | 5. |
| 6. Рівність, незалежно від соціального становища | <input type="checkbox"/> | 6. |
| 7. Орієнтація на родину | <input type="checkbox"/> | 7. |
| 8. Непрактичність | <input type="checkbox"/> | 8. |
| 9. Надія лише на свої сили | <input type="checkbox"/> | 9. |
| 10. Конкуренція та вільне підприємництво | <input type="checkbox"/> | 10. |
| 11. Ностальгія за минулим | <input type="checkbox"/> | 11. |
| 12. Оптимізм, надія на майбутнє | <input type="checkbox"/> | 12. |
| 13. Необов'язковість | <input type="checkbox"/> | 13. |
| 14. Чиношанування | <input type="checkbox"/> | 14. |
| 15. Фаталізм | <input type="checkbox"/> | 15. |
| 16. Основне в житті – хороша робота | <input type="checkbox"/> | 16. |
| 17. Стабільність | <input type="checkbox"/> | 17. |
| 18. Відкритість, чесність, прямолінійність | <input type="checkbox"/> | 18. |
| 19. Практичність, перевага матеріального над духовним | <input type="checkbox"/> | 19. |

II. Назвіть цінності, якими, на вашу думку, живе молоде покоління українців

III. Як вищеназвані цінності відображені в сучасній українській мові? Пригадайте слова, прислів'я, вирази молодіжного сленгу, жаргону, уривки пісень, реклами

IV. Назвіть цінності, якими, на вашу думку, живе старше покоління українців

V. Як вищеназвані цінності відображені в сучасній українській мові? Пригадайте слова, прислів'я, вирази людей старшого покоління, уривки пісень, реклами

Доцільність використання такого набору відповідно до пакету "національні цінності" полягає в тому, що його не потрібно додатково аналізувати, критикувати тощо, оскільки застосовується конкретний, попередньо апробований у низці досліджень авторський перелік. Зауважимо, що особливістю цього переліку є те, що в ньому додатково закладені по-різному орієнтовані щодо національної складової групи цінностей: групи так званих істинно американських¹ і слов'янських² цінностей, які представлені відповідно дев'ятьма та десятьма одиницями, тобто фактично порівну.

Також увагу привертає конструювання основного інструменту цієї складової методики – формулювання запитання I: "Зазначте, будь ласка, перераховані нижче назви духовних цінностей, які, на ваш погляд, є типовими для української культури" – таке формулювання запитання-судження передбачає певну глобалізацію уявлень. Те, що дослідник відсилає респондента до групи цінностей, "типових для української культури", пов'язано з низкою когнітивних процесів: 1) респонденту необхідно ідентифікувати складне для розуміння пересічної особи поняття *культура*; 2) зіставити його з національною належністю – *українська культура*; 3) визначити групу *цінностей*, які належать до даного концепту; нарешті, 4) виділити з них лише ті, які є *типовими* та їх можна співвіднести з концептом *українська культура*. Подібні формулювання переважані великими за обсягом поняттями й кількістю когнітивних операцій і, як наслідок, не дають достовірного результату. Таким чи-

ном, обсяг запитання не є коректним і таким, який може допомогти отримати соціологу валідну інформацію.

Зміст формулювання теж викликає деякі нарікання, оскільки в запитанні-судженні вимагається висловитись із приводу *"цінностей, типових для української культури"*, тобто дослідник, виконуючи подальший аналіз, не може оперувати часовими проміжками – визначити, надав респондент уявлення про сучасні цінності чи про цінності різних історичних періодів, чи, можливо, зміг синтезувати всі цінності українців за всі періоди їхнього історичного існування. Фактично даний інструмент змістовно дозволяє сконструювати деякий ідеальний концепт на кшталт веберівського ідеального типу. Однак таке змістовне навантаження інструменту є його однозначним недоліком або обмеженням з позицій подальшої роботи з ним у соціологічному дослідженні, оскільки для фахівця-соціолога вагомими є часові віхи функціонування суспільства й зіставлення з ними тих чи інших досліджуваних концептів.

Друга складова методики – це, власне, і є рефлексивна методика для виявлення релевантних національних цінностей. Вона представлена чотирма відкритими запитаннями, які, у свою чергу, об'єднані у дві групи взаємопов'язаних запитань.

У запитаннях II та IV викликає наукову стурбованість уживання терміна *"живе"*. Поняття занадто широке за обсягом. Воно може включати, наприклад, такі складові¹:

- *живе*, тобто впроваджує щодня;
- *живе*, тобто часом звертається до них;
- *живе*, тобто прагне до них;
- *живе*, тобто вірить у них;
- *живе*, тобто намагається досягти їх тощо.

¹ Це, відповідно, такі номери у списку альтернатив: 2, 4, 5, 6, 9, 10, 12, 16, 19.

² Чи то пострадянських (радянських включно). Це: 1, 3, 7, 8, 11, 13, 14, 15, 17, 18.

Таким чином, незрозуміло, що саме вимірює дане запитання-інструмент. У першу чергу це стосується таких акцентів: 1) чи то реальний стан чи деякий ідеальний конструкт; 2) чи то теперішній момент чи тривалий проміжок часу.

Запитання III та V певною мірою пов'язані з активізацією автобіографічної пам'яті та процесами, які відбуваються в пам'яті при фіксації мінливих елементів, станів і т. п. у цілому [Юзва, 2005; Дранков, 1981]. У зв'язку з цим запитання такого ґатунку часто мають досить значний показник відсутності відповіді. Однак загалом конструкція запитань не викликає заперечень. Якщо замислитись над доречністю розгорнутого переліку пропонування для пригадування мовних форм, то здається, що зменшення переліку не підвищить ефективності формулювання запитання, а можливо, збільшить кількість пропусків запитання. Причина ж того, чому саме даний перелік форм² включено до методики, детально описана та обґрунтована в праці І. В. Привалової, тому тут не вважаємо доцільним окремо зупинятись на цьому аспекті [І. В. Привалова, 2005: с. 299–301].

Етап аналізу. Анкетування проходили студенти-гуманітарії (соціологи) Київського університету. *Генеральна сукупність* становила 60 студентів п'ятого курсу та 74 – першого курсу. Однак у зв'язку з відсутністю деяких студентів *вибіркова сукупність* дорівнювала 49 студентів п'ятого курсу та 52 – першого (82 і 70 % респондентів, відповідно), тобто 101 студент сумарно. Гендерна структура обох груп фактично однакова (близько 80 % – дівчата та 20 % – хлопці).

Зібраний масив первинної інформації характеризується складною архітектурою, на відміну від квазіоднотипної інформації, яку дають стандартні методики. До нього було застосовано загальнонауковий метод аналітичного групування. Усі цінності при обробці були класифіковані та приписані обмеженій кількості класів, що були знайдені у відповідях респондентів. Для класифікації відповідей, отриманих на запитання III та V, було частково застосовано семантичний аналіз – урахувались суто смисли³, закладені в мовну форму.

Методичні характеристики масиву такі (див. табл.1):

Таблиця 1. Методичні характеристики масиву первинних даних

№ курсу	Покоління	№ запитання	Складова запитання	Різні мовні форми	Усього з повторами	Максимальна кількість збіжностей за мовною формою
1 курс	молодь	II	цінності	102	214	Оптимізм (16)
		III	висловлювання щодо цінностей	65	69	Моя хата з краю (3)
	старші люди	IV	цінності	58	160	Ностальгія за минулим (22)
		V	висловлювання щодо цінностей	55	58	Родина – найбільше щастя(2); гуртом добре й батька бити (2)
5 курс	молодь	II	цінності	121	242	Індивідуалізм (23)
		III	висловлювання щодо цінностей	157	164	Моя хата з краю – нічого не знаю (7)
	старші люди	IV	цінності	95	207	Ностальгія за минулим (26)
		V	висловлювання щодо цінностей	106	118	Моя хата з краю – нічого не знаю (4); краще синиця в руках, ніж журавель у небі (4)
Σ					1232	

Сумарно було отримано 1232 формулювання цінностей. Для порівняння, у дослідженні, виконаному за аналогічною методикою та описаному О. Е. Гегером, при вибірці, що становила 218 респондентів, серед яких студенти та учні, було зібрано 1745 ціннісних формулювань [Гегер, 2010: с. 136].

По всьому масиву можна відстежити кілька тенденцій:

1. найбільша кількість цінностей була названа в межах запитання II;
2. значно меншою є кількість реакцій, отриманих на запитання IV, однак якщо першокурсники дали дещо більше половини реакцій порівняно із запитанням I, то в п'ятикурсників цей показник значно вищий;
3. якщо в першокурсників кількість висловлювань щодо цінностей менша, ніж кількість названих власне цінностей, то в п'ятикурсників ситуація прямо протилежна;
4. значна кількість повторів у межах II та IV запитань, і навпаки, зовсім незначна – у межах III та V.

Нівелювавши повторюваність відповідей у 1232 формулюваннях цінностей, отримали (див. табл. 2, 3):

1. 20 інтегральних ціннісних груп / класів для молоді (запитання II);
2. 19 інтегральних ціннісних груп / класів для старших людей (запитання IV);
3. 24 інтегральних ціннісних груп / класів для молоді (запитання III);
4. 21 інтегральних ціннісних груп / класів для старших людей (запитання V).

¹ Складові теж можуть мати розгорнуту змістовну структуру.

² Слова, прислів'я, вирази молодіжного сленгу, жаргону, вирази людей старшого віку, уривки пісень, реклами.

³ Лише у двох випадках одна форма була віднесена до двох груп.

Таблиця 2. Інтегральні ціннісні групи молоді для рефлексивної частини методики

МОЛОДЬ	1 курс		5 курс	
Інтегральна цінність	II	III	IV	V
Оптимізм	42	7	23	2
Індивідуалізм	23	6	42	2
Динамізм	23	10	38	25
Матеріальні цінності	26	7	22	15
Пасивність	14	4	20	15
Лібералізм	23	1	8	8
Утилітаризм	7	2	18	2
"Я"-орієнтація	8	4	14	8
Робота як цінність	10	2	9	3
Громадянська позиція	7	1	8	3
Родина	9	5	3	2
Статус	4	8	8	4
Гедонізм	5	1	7	5
Особисті стосунки	3	0	7	10
Прозахідна орієнтація	0	2	9	11
Нездоровий спосіб життя	3	4	2	2
Віртуальність	1	0	3	0
Колективізм	3	2	0	2
Відсутність цінностей	2	6	1	10
Освіта	1	1	0	2
Патріотизм	0	6	0	7
Молодість	0	2	0	4
Гендер	0	0	0	4
Батьки	0	3	0	3

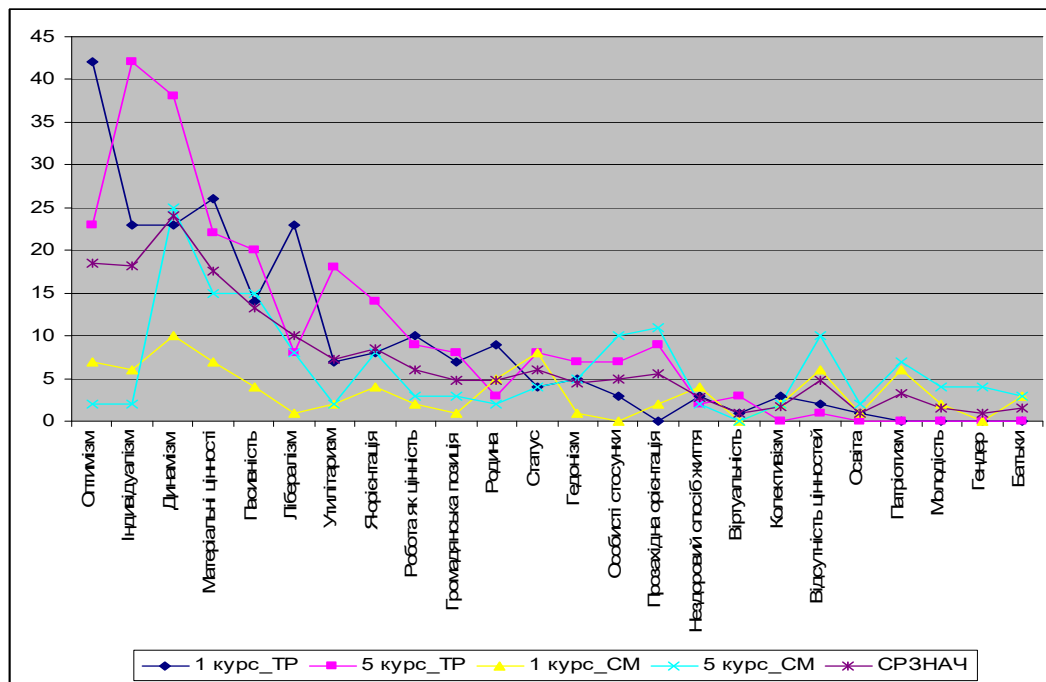
Таблиця 3. Інтегральні ціннісні групи представників старшого покоління для рефлексивної частини методики

СТАРШЕ ПОКОЛІННЯ	1 курс		5 курс	
Інтегральна цінність	II	III	IV	V
Минуле	27	10	29	17
Родина	23	7	25	10
Позитивні якості	14	2	26	10
Колективізм	13	6	22	12
Фетиші СРСР	10	3	24	11
Стабільність	15	1	15	0
Громадська думка	8	0	13	1
Життя під контролем	6	0	10	1
Майбутнє	8	3	5	2
Нащадки	6	1	5	3
Негативні якості	3	9	8	23
Робота	4	2	5	0
"Я"-орієнтація	7	0	1	1
Духовність	2	0	5	0
Добробут	4	0	2	1
Утилітаризм	1	5	5	12
Аполітичність	5	3	0	2
Освіта	1	1	3	4
Традиції	0	0	4	0
Патріотизм	0	2	0	7
Старість	0	3	0	1

Варто зазначити, що групи інтегральних цінностей різняться для представників різних поколінь – відбулося своєрідне вікове зважування.

Результати дослідження. Відразу варто зауважити, що в даній публікації не описуються детально результати, отримані на основі застосування стандартизованої частини методики (запитання I, а також додаткові соціально-демографічні запитання щодо статі, віку й регіону проживання), оскільки основний інтерес становила саме рефлексивна частина, а відповідно й результати, отримані на основі її апробації. Результати, отримані на основі рефлексивної частини методики, підтвердили в досліджуваних представників української молоді наявність характерних рис постмодернізму: невизначеність, культ незрозумілого, фрагментаризація, гра мови, змішування жанрів, мода як код

культури, приналежність до визначеної соціальної групи, політична незаангажованість, самовираження, апеляція до релігійної свідомості, екзистенціальні мотиви, різні способи самозахисту, ігрова розкутість, неупередженість, відкритість [Воронкова, 2004: с. 342–343] (див. рис. 1). Також, оскільки однією з максимальних частот розподілу виявився індивідуалізм, то можна робити екстраполяцію на загальнодержавний рівень і наголошувати на тому, що, очевидно, український соціум супроводжує епоха занепаду, для якої характерні орієнтація людини на себе, захоплення особистим життям і розчарування в усьому, що виходить за його межі [Горлач, 2000: с. 558].



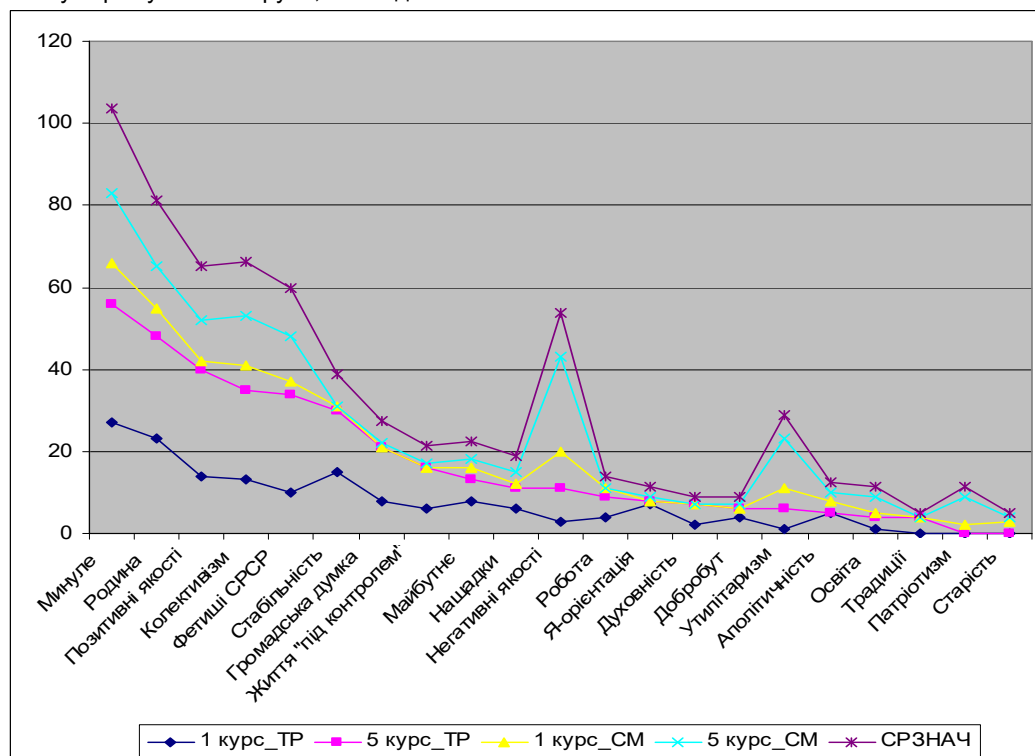
TP – теоретичний концепт, представлений у відповідях на запитання II та IV;

CM – смисл, закладений у висловлювання, представлено у відповідях на запитання III та V

Рис. 1. Культурно-національні цінності молоді

З іншого боку, можна констатувати, що цінності досліджуваної групи українського студентства подібні до цінностей молоді інших європейських держав, наприклад сучасної Німеччини, що підтверджується даними досліджень німецьких науковців [Young people's values and qualifications, 2011].

Щодо ціннісних груп представників старшого покоління, то лідируючу позицію посідає "минуле" (див. рис. 2). У багатьох випадках цей концепт тим чи іншим чином¹ пов'язується з радянською епохою. Разом із групою "Фетиші СРСР" та "Колективізм", які теж обіймають значні частки в масиві, цей показник є разючим відносно всіх інших. Та кож значну частку отримують такі групи, як "Родина" та "Позитивні якості".



TP – теоретичний концепт, представлений у відповідях на запитання II та IV;

CM – смисл, закладений у висловлювання, представлено у відповідях на запитання III та V

Рис. 2. Культурно-національні цінності представників старшого покоління

¹ Як ностальгія за тими часами, як факт-згадування, як наведення негативних аспектів того часу тощо.

У цілому ілюстрація, яка формується щодо ціннісної картини на основі масиву, представляє людей старшого покоління як аморфних, закостенілих на ідеалах радянської епохи.

Також методика дозволяє побачити, що на даному історичному етапі американські та українські національно-культурні цінності перебувають не в контрастивних, а у взаємозіставних відношеннях, що свідчить про глобалізацію культур і процес переоцінки стереотипів, настанов, норм і еталонів. Результати аналізу специфіки й динаміки змін національно-культурних цінностей етносу сприяють побудові адекватної моделі його образу світу [Привалова, 2005: с. 302]. Знання такої моделі, у свою чергу, відкриває шляхи до розуміння того, які

необхідно впроваджувати заходи для будови або корекції системи цінностей нації (народу тощо), особливо в таких кризових (трансформаційних, перехідних) суспільствах, як українське.

Методичний аналіз досвіду застосування методики. Коротко варто зупинитись на стандартизованій частині методики. Крім того, що вона дозволяє отримати розподіл за запропонованими в методиці цінностями із застосуванням SPSS, також за рахунок введення до неї короткого соціально-демографічного блоку вона робить можливим отримання інформації щодо залежностей між вибором цінності та ознакою з переліку, закладеними в ньому (див. рис. 3¹).

Контрольная диаграмма: Які духовні цінності є типовими для української культури_колективізм

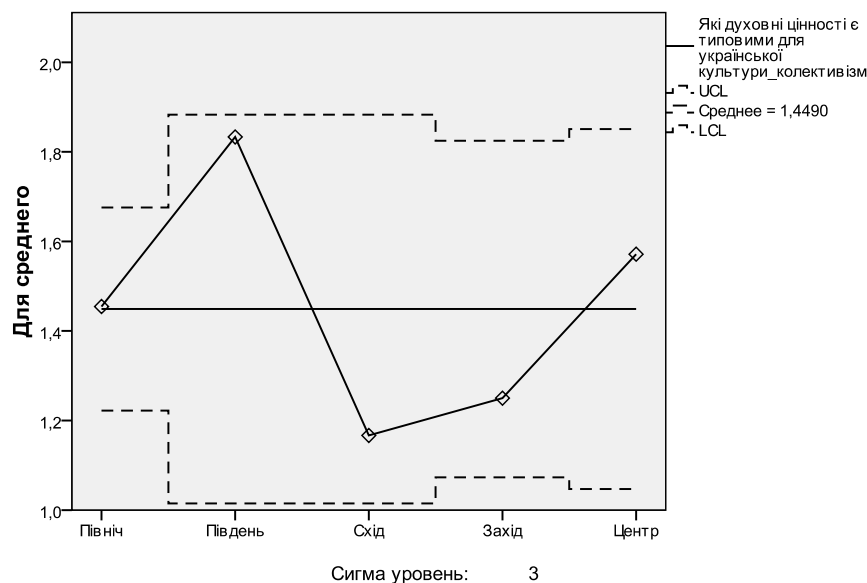


Рис. 3. Залежність цінності від регіону проживання² студента

Також можна відстежити залежності між цінністю та групою таких ознак, що дає можливість для складного аналізу (див. рис. 4).

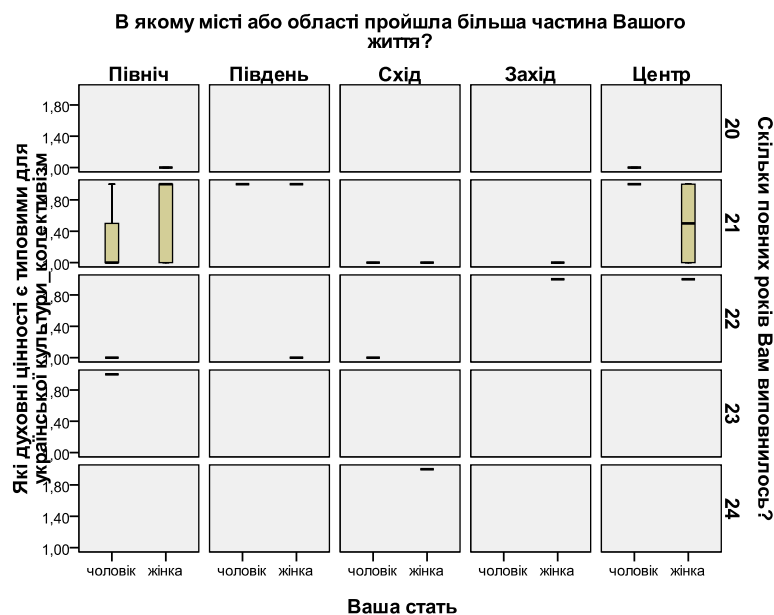


Рис. 4. Залежність цінності "колективізм" від ознак соціально-демографічного блоку

¹ Приклади в рис. 3 та рис. 4 побудовано для респондентів 5 курсу навчання.

² Під регіоном проживання мається на увазі той регіон, в якому респондент провів більшу частину життя.

Цілоком відбракованих анкет не було. Анкети містили окремі пропуски у зв'язку із запитаннями III та IV, що пов'язано зі специфікою цих запитань як таких, що вимагають певних процесів активізації пам'яті респондента, про що детальніше йшлося вище. Перше запитання отримало всі валідні реакції по вибірці. Зауваження щодо вживання терміна "живе" у даному випадку релевантні тільки на етапі аналізу.

Можна стверджувати, що рефлексивна частина методики І. В. Привалової дозволила при вдвічі меншій вибірці отримати 71 % тієї кількості ціннісних формулювань, що були отримані за більшої вибірки. Звісно, потрібно обов'язково враховувати, що склад вибірок дещо різний, тому абсолютне пряме зіставлення недоречне.

Тенденції, виявлені в масиві первинних даних, отриманих на основі рефлексивної частини методики, можна пояснити таким чином:

1. Те, що найбільша кількість цінностей була названа в межах запитання II, пояснюється його змістом – воно стосується власне респондентів, тому їм легко ідентифікувати певні набори цінностей.

2. Те, що значно меншою є кількість реакцій, отриманих на запитання IV, також пояснюється змістом запитання, а саме – логічним оператором, який у нього закладений. Респонденту потрібно було здійснити кілька когнітивних операцій: спочатку ідентифікувати, хто належить до старших людей (це можуть бути люди покоління батьків, дідів тощо), а потім залучити ресурси пам'яті й ідентифікувати висловлювання, характерні для цієї когорт. Те, що першокурсники дали дещо більше половини реакцій порівняно із запитанням I, а в п'ятикурсників цей показник значно вищий, очевидно пояснюється вищим освітнім рівнем і загальним розвитком.

3. Ситуація з тим, що в першокурсників кількість висловлювань щодо цінностей менша, ніж кількість названих власне цінностей, а в п'ятикурсників ситуація прямо протилежна, може бути пов'язана з проблемами, зокрема просторового ілюстративного мислення, яке, очевидно, сучасна вітчизняна шкільна освіта не в змозі розвинути на належному рівні.

4. Ситуація, пов'язана з тим, що була отримана значна кількість повторів у межах II та IV запитань і, навпаки, зовсім незначна – у межах III та V, характерна для методик подібного типу. У цілому кожній людині властива власна карта смислів щодо різних концептів.

Варто зазначити також, що після нівелювання повторюваності відповідей рефлексивної частини методики у 1232 формулюваннях цінностей було отримано дещо різну кількість інтегральних ціннісних груп / класів (вище в публікації наведено максимальну кількість за кожною з груп) у межах різних курсів і поколінних груп (див. табл. 2, 3).

У цілому комбінована рефлексивна методика дозволяє не лише виміряти цінності групи та здійснити на основі отриманих даних додатковий аналіз, але й виявити релевантні цінності, як загальнолюдські, так і суто належні до групи національних, а також порівняти групи цінностей представників різних поколінь. Також методика дозволяє побачити, у яких відношеннях на даному історичному етапі перебувають американські та українські національно-культурні цінності. Удосконалення методики можливе кількома шляхами: 1) використанням відкоригованих (уточнених) формулювань запитань; 2) включенням інших наборів мовних форм. Загалом можна констатувати, що методичний аналіз досвіду застосування ме-

тодики виявився позитивним, зокрема з позиції якості отриманої соціологічної інформації.

Декларую оригінальність власного дослідження, відсутність конфлікту інтересів, невикористання матеріалів, що порушують авторські права, дотримання етичних вимог під час виконання дослідження та підготовки статті.

Список використаних джерел

1. Гегер А. Э. Выявление индивидуальных и групповых ценностей в группе молодежи. Релевантные методические решения / А. Э. Гегер // Социолог. исследования. – 2010. – № 1. – С. 132–141.
2. Грязнова О. С. Измерение базовых жизненных ценностей: сравнение методик и результатов Ценностного исследования Шварца и Европейского социального исследования // О. С. Грязнова, М. Г. Руднев / Социолог. методы в современной исследовательской практике : сб. статей, посвященный памяти первого декана факультета социологии НИУ ВШЭ А. О. Крыштановского / под ред. О. А. Оберемко. – 2011. – М. : Изд. дом НИУ ВШЭ. – С. 246–250.
3. Дранков А. В. О возможности памяти человека фиксировать переходные вероятности / А. В. Дранков // Количественные методы в гуманитарных науках. – 1981. – М. : Моск. ун-т. – С. 146–152.
4. Емельяненко Т. В. Методы межкультурных исследований ценностей / Т. В. Емельяненко // Социология: 4М. – 1997. – № 9. – С. 55–64.
5. Паніотто В. Монолог аналітика (Криза в методах опитування та шляхи її подолання) / В. Паніотто, Н. Харченко // KMIC Review. – 2012. – № 3. – С. 3–14.
6. Привалова И. В. Параконцептуальные заимствования. Интернационализация аксиологической составляющей и аксиологических концептов. Интеркультура и вербальный знак (лингвокогнитивные основы межкультурной коммуникации) : монография / И. В. Привалова. – М. : Гнозис, 2005. – Гл. 4 (§ 4.3). – С. 297–313.
7. Воронкова В. Г. Постмодернизм. Філософія : навч. посіб. / В. Г. Воронкова. – К. : ВД "Професіонал", 2004. – Тема 14. – С. 337–376.
8. Саганенко Г. И. Потенциал рефлексивных методов в выявлении релевантных ценностей / Г. И. Саганенко, А. Э. Гегер, Е. И. Степанова // Социология: 4М. – 2011. – № 32. – С. 75–103.
9. Воронкова В. Г. Теорії передбачення та прогнозування. Філософія : навч. посіб. / В. Г. Воронкова. – К. : ВД "Професіонал", 2004. – Тема 16. – С. 411–460.
10. Толстова Ю. Н. Некоторые замечания по поводу изучения ценностных ориентаций / Ю. Н. Толстова // Социология: 4М. – 1997. – № 9. – С. 55–64.
11. Головатый Н. Ф. Ценностные ориентации и потребности современной молодежи. Социология молодежи : курс лекций / Н. Ф. Головатый. – К. : МАУП, 1999. – Гл. 5. – С. 69–88.
12. Цінності // Філософія : підруч. / за заг. ред. М. І. Горлача, В. Г. Кременя, В. К. Рибалки. – Х. : Консульт, 2000. – Розд. 4. – Гл. 4. – С. 549–569.
13. Юзва Л. Автобіографічна пам'ять та її вплив на комунікацію типу запитання-відповідь у процесі опитування: досвід досліджень в межах когнітивної теорії / Л. Юзва // Психол. проблеми сучасності : тези II-ї міжнар. наук.-практ. конф. студентів та молодих вчених, м. Львів, 8-9 квітня, 2005 р., ЛНУ імені Івана Франка. – Л., 2005. – С. 67–69.
14. Kohls R. The Values Americans Live By / R. Kohls, K. Jason, H. Posner // Explorations in Modern Culture. – 1994: Heinle & Heinle Publishers. – P. 2–17.
15. List-of-values [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://www.stevpavlina.com/articles/list-of-values.htm>
16. Young people's values and qualifications [Електронний ресурс]. – Джерело доступу: <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/en/society/main-content-08/young-peoples-values-and-qualifications.html>

References [transliterated]

1. Geger AE (2010) Identification of individual and group values in the youth group. Relevant methodological solutions. *Sotsiologicheskie Issledovaniya* (1): 132-141. [in Russian]
2. Hraznova OS (2011) Measurement of basic values in life: a comparison of methods and results of the valuable studies Schwarz and the European Social Survey, 246-250. [in Russian]
3. Drankov AV (1981) About the memory of the person the possibility of fixing the transition probabilities, 146-152. [in Russian]
4. Emelianenko TV (1997) Methods of Intercultural Studies values. *Sociology: 4M* (9): 55-64. [in Russian]
5. Paniotto V (2012) Monologue analyst (Crisis in survey methods and ways to overcome). *KIIS Review* (3): 3-14. [in Ukrainian]
6. Privalova IV (2005) Conceptual drawing. Internationalization axiological component and axiological concepts. *Interculture and verbal sign (Linguistic and cognitive foundations of intercultural communication)* (4.3): 297-313. [in Russian]
7. Voronkov V (2004) Postmodernism. *Philosophy: Textbook* (14): 337-376. [in Ukrainian]

8. Saganenko GI (2011) Potential reflexive techniques to identify relevant values. *Sociology: 4M* (32): 75-103. [in Russian]
9. Voronkova V (2004) Theories of prediction and forecasting. *Philosophy: Textbook* (16): 411-460. [in Ukrainian]
10. Tolstova YN (1997) Some comments on the study of value orientations. *Sociology: 4M* (9): 55-64. [in Russian]
11. Holovaty NF (1999) Values and needs of today's youth. *Sotsiologiya youth: Course lektsiy* (5): 69-88. [in Russian]
12. Horlatch MI (2000) Values. *Philosophy. Textbook. Under the general editorship* (4): 549-569. [in Ukrainian]
13. Yuzva L (2005) Autobiographical memory and its effect on communication-answer type questions in the survey: research experience within cognitive theory. *Psychological problems of our time. Proceedings of the*

Second International Scientific Conference of students and young scientists, 67-69. [in Ukrainian]

17. List-of-values [Електронний ресурс]: – (Джерело доступу): <http://www.stevepavlina.com/articles/list-of-values.htm>

18. Young people's values and qualifications [Електронний ресурс]: – (Джерело доступу): <http://www.tatsachen-ueber-deutschland.de/en/society/main-content-08/young-peoples-values-and-qualifications.html>

Надійшла до редколегії 03.03.17

L. Yuzva, PhD, Assist.

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

SPECIFIC USAGE OF COMBINED REFLECTIVE METHOD FOR STUDY OF NATIONAL VALUES GROUPS

In the era of postmodernism particularly important for certain countries becoming targets of values. For Ukraine, this group is the national cultural values today. The issue of values in the sociological field is always relevant in general. So there are a number of studies on values for different methods. The proposed research study made use reflective technique to study of national values. Specifically, I.Pryvalova's methodology used which are combined. Its first component in a predefined list of values refers to the method of "measuring" values based on the procedure of "standardized measure". Another – focused on identifying values. Results obtained from reflective of techniques have confirmed ownership studied representatives of Ukrainian youth to those who illustrate the characteristics of postmodernism: the uncertainty cult incomprehensible, fragmentaryzatsiya game language, mixing genres, fashion as a code cultures, belonging to a certain social group, political impartiality, expression, an appeal to the religious consciousness, existential motifs different ways of self-defense game looseness, impartiality, openness. Also, the method allows us to see that at this point in history of Ukraine, American and Ukrainian national cultural values are not contrastive, and in vzayemospivstavymykh ways, indicating that the globalization of cultures and the process of revaluation of stereotypes, attitudes, norms and standards. Overall, the combined reflective technique allows not only to measure the value of and conduct on the basis of the data of different types of additional analysis, but also identify relevant values as of human and purely due to a group of national and compare groups of values of different generations.

Keywords: Values, values identification, measurement values, national cultural values reflective methodology.